

ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ НА ПОСЕВНОЙ СТАДИИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА

Галимов О.Б., студент ФГАОУ ВПО «УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», г. Екатеринбург

В данной статье рассмотрены основные стадии развития инновационного проекта, а также этапы финансирования и проблемы получения инвестиций на посевной стадии создания инновационной компании.

Ключевые слова: посевная стадия, венчурное инвестирование, бизнес-ангел, инвестиция.

Источниками финансирования инновационной деятельности могут быть предприятия, финансово-промышленные группы, малый инновационный бизнес, инвестиционные и инновационные фонды, органы местного управления, частные лица и т.д. Все они участвуют в хозяйственном процессе и тем или иным способом способствуют развитию инновационной деятельности. Рассмотрим основные этапы финансирования инновационных проектов, а также проблемы, с которыми сталкиваются компании при получении инвестиций.

Финансирование стартапа производится в несколько раундов, для каждого из которых есть свой инвестор[1]. В общем виде раунды венчурного финансирования можно представить следующим образом:

1. Pre-seed — инвестиции на стадии идеи. Компании пока не существует на данном этапе. Идея проходит стадию проверки. Обычно основатели компании проходят их сами, либо попадают в стартап-акселератор, либо привлекают кого-то из знакомых. Это инвестиции в размере \$10-50 тыс.
2. Seed-раунд в размере \$100-500 тыс.— это инвестиции в проверенную гипотезу бизнес-модели. То есть, компания находится в процессе формирования, имеется проект или идея, проводятся НИОКР и маркетинговые исследования, определяется концепция бизнеса. Скорее всего, продукт уже имеет свой готовый прототип и первые продажи, требующиеся для проверки различных вариантов выхода на рынок и

нахождения лучшего решения для быстрого масштабирования идеи. На этом же раунде прототип дорабатывается до серьезного продукта.

3. Стартовые инвестиции (Start-up). Раунд А — это инвестиции в размере \$1–2 млн, которые призваны начать глобальное масштабирование продукта для массового рынка.

4. Расширение (Early Growth). Раунд В — это \$2–10 млн инвестиций в выход на глобальные рынки. Далее возможны еще раунды по мере необходимости для значительного наращивания производства или продажи компании стратегическому инвестору.

5. Капитал роста (Expansion) — компания занимает определенные позиции на рынке, становится прибыльной, ей требуется расширение производства и сбыта, проведение дополнительных маркетинговых исследований, увеличение основных активов и капитала.

6. Капитал замещения (Mezzanine) — стадия, на которой привлекаются дополнительные инвестиции для улучшения краткосрочных показателей компании. На данном этапе в компанию вкладывают инвесторы, ожидающие быструю отдачу от вложений.

7. Выход (Exit) — стадия, на которой происходит продажа инвестором доли компании одним из способов: продажа стратегическому инвестору (M&A), первичное размещение на фондовом рынке (IPO), выкуп доли компании менеджментом (MBO).

Обычно инвестор в лице бизнес-ангела — это инвестор первых двух раундов.

Бизнес-ангелы — это профессионалы среднего и старшего возраста, высокообразованные, главным образом в области делового администрирования или инженерных и естественнонаучных дисциплин. У большинства из них есть опыт работы в бизнесе. Одни являются удачливыми предпринимателями, другие — высокооплачиваемыми специалистами или занимают высшие должности в крупных компаниях. Прибегнуть к их помощи — это интересный способ нахождения стартового капитала. Условия у всех разные, и важно то, что бизнес-ангелы рассчитывают выйти из вашей компании сразу же, как только туда войдет большой инвестор. Последние не любят ангелов и пытаются выкупить их долю. За последние три года количество бизнес-ангелов, которые совершают посевные инвестиции, уменьшилось на 20%. С чем это может быть связано?

Первое возможное объяснение: в эту среду пошли профессиональные венчурные и посевные фонды. Они охватывают самые лучшие стартапы, и

для бизнес-ангелов, которые ранее почти не испытывали конкуренции на этом поле, просто не осталось хороших проектов.

Другое объяснение: сейчас многие бизнес-ангелы собираются вместе и открывают посевной фонд или же называют посевным фондом самих себя. Таких фондов, размером до \$5 миллионов, стало очень много. Они практически не зарабатывают management fee (оплату за управление фондом), а значит, получается персональный фонд конкретного бизнес-ангела[3].

Рассмотрим подробнее seed-раунд и возможные проблемы, связанные с неполучением финансирования на данном этапе.

Посевные инвестиции необходимы для создания продукта и достижения соответствия продукта рынку, раунд А – для построения бизнеса, раунд В – для его масштабирования [2].

Почему стартапы часто не могут привлечь инвестиции на seed-раунде? Основными причинами являются:

1. Непрозрачность отношений с инвестором. Никто не готов работать с партнером, который может в любой момент «воткнуть нож в спину». Например, если вы сказали инвестору, что ваш оборот — \$100 тысяч в месяц, а на проверку оказалось, что это \$10 тысяч, то инвестор понимает, что это не «случайность», а умышленное введение в заблуждение, и конечно, не захочет иметь такого бизнес-партнера.

2. Неготовность команды вкладывать в проект все свои силы и время, Работать по 24 часа в сутки 7 дней в неделю — далеко не сахар. Бывает, что не все основатели рассчитывали на работу в таком режиме, и кто-то «сходит с дистанции».

3. Продукт не востребован, или неготовность рынка принять его. Не стоит изобретать что-то гениальное, но никому не нужное.

4. Отрицательная Unit-economy. Если привлечение клиента стоит больше денег, чем можно на нем заработать, инвестор, скорее всего, не оценит ваш проект [4].

Разберем пример стартапа «Етранспорт», который основан на приложении для смартфонов, с помощью которого вы можете отследить местонахождение общественного транспорта на карте, рассчитывать время прибытия и строить оптимальный маршрут. Основателем стартапа является студент факультета журналистики УрФУ Михаил Авдеев.

Етранспорт — это приложение на смартфоны, которое разрослось до стартапа, вошедшего в сотню лучших стартапов России по версии жургала Russian Startup Rating.

Изначально Етранспорт задумывался как инструмент для себя, т.к. разработчики сами являлись пользователями общественного транспорта и, с другой стороны, как PR проект молодой фирмы по разработке мобильного софта.

Спустя год проект вошел в сотню лучших стартапов России по версии журнала Russian Startup Rating.

К 2014 году был подключен Санкт Петербург и количество установок приложения приблизилось к 30 тысячам. А так же появился интерес к проекту у потенциальных инвесторов. Етранспорт ведет деятельность на рынке b2b2c, т.к. вынужден оперировать на нескольких рынках и целевых сегментах сразу, что делает их бизнес-модель сложнее. Их клиенты – это и физические лица, которые бесплатно устанавливают приложение, и юридические лица – рекламодатели, которым продают эту аудиторию.. У них разные каналы и разная экономика.

Первым и единственным инвестором стал – Фонд развития интернет инициатив при президенте РФ (ФРИИ). Акселерационная программа ФРИИ – это этап pre-seed инвестиций в \$50 тыс.

Что это значит:

- 1) Етранспорт попал в лучшие проекты из 600.
- 2) Имелась команда, готовая работать с первого дня.
- 3) Достаточно большой рынок и подтверждение того, что продукт нужен людям.

Существующие условия прохождения по раундам финансирования в ФРИИ показывают, какими должны быть показатели помимо вышеописанных возможных причин неполучения финансирования на посевной стадии (Рис.1.).

Почему Етранспорт не взяли на SEED этап ?

1. Не выполнили KPI по выручке (см. Рис.1).
2. Появление на рынке конкурента Яндекс.Транспорт, которые разработали такую же программу, имелся риск захвата рынка.

Разница в состоянии компании по ФРИИ

Pre-seed	seed	Раунд А
1,4 млн рублей	10-15 млн рублей	30-100 млн рублей
отбор лучших на рынке	цифры и команда	в основном цифры
<ul style="list-style-type: none"> • MVP • Команда • Рынок, на котором компания может через 4 года достичь оборота > 300 млн рублей • Первые пользователи 	<ul style="list-style-type: none"> • Положительная Unit-экономика • Подтверждение масштабируемости каналов привлечения • Темп роста, подтверждающий план в Excel 😊 • Рынок все еще большой 	<ul style="list-style-type: none"> • История за 12-24 месяца: unit-экономика по всем каналам • Сохранение темпа роста за весь период • Есть куда расти 3-5 лет (рынка еще достаточно)

Рис.1. Основные критерии АП ФРИИ для прохождения в определенные раунды финансирования.

Таким образом, выделим, чем отличается вторая стадия финансирования инновационного проекта. Во-первых, должна быть положительная unit-экономика, то есть на каждой сделке компания сколько-то зарабатывает, а не теряет деньги. Вторым критерием является возможность масштабирования бизнеса. Например, в канале «Яндекс.Директ» есть 100 тысяч запросов, команда сумела покрыть первую тысячу, на их основе было сделано 10 продаж. Мы видим, что в этом канале экономика сходится (стоимость привлечения клиента меньше, чем доход с него), и он достаточно большой. Также, должен быть подтвержден темп роста компании (расчетами и планами).

Библиографический список

1. Практика стартапа: все о раундах инвестиций. Режим доступа: <http://professional.ru/Soobschestva/pervyj-mezhdunarodnyj-konsaltingovyj-tsentr/praktika-startapa-vse-o-raundah-investitsij/>
2. Современное и традиционное распределение раундов инвестиций. Марк Андриссен против Фреда Вилсона. Режим доступа: <http://expertorama.com/andreessen-vs-wilson/>
3. Режим доступа: <http://expertorama.com/leonard-grayver/>
4. Почему стартапы часто не могут привлечь инвестиции на seed-раунде? Режим доступа: <http://rusbase.vc/school/pro-seed/>
5. Режим доступа: <http://center-yf.ru/data/stat/Finansirovanie-innovacionnyh-proektov.php>